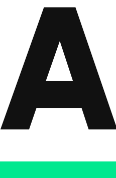




O Jogador



bordagem dos Jogadores

A formação de público de jogos é considerada muito recente, porque as pessoas começaram a jogar há algumas décadas. Podemos considerar um público em formação e em crescimento. Mesmo o mercado de jogos sendo um dos mais lucrativos, o segmento de público é dividido por gênero de jogo, modelo de console, dispositivo ou aparelho que possibilita jogar. As gerações que conviveram com o surgimento e evolução dos games são: baby boomer, X, Z e Geração Alpha. A tabela 1 destaca o período de cada geração.

Tabela 1 – Geração que conviveram com o surgimento dos Games:

Geração	Período
Geração baby boomer	Nascidos décadas de 1950 e 1960
Geração X	Nascidos décadas 1970 e 1980
Geração Y	Nascidos década de 1990
Geração Z	Nascidos entre 2000 até 2010
Geração Alpha	Nascidos após 2010

Fonte: Autoral.



Cada geração é descrita e analisada a partir do surgimento dos primeiros jogos comercializados até os dias atuais, deixando claro que as décadas que envolvem o surgimento dos games começaram na década de 70, passando pelas décadas de 80, 90, chegando aos anos 2000 até 2020. Abaixo segue a descrição de cada geração e sua convivência com a evolução dos games, consoles, aparelhos e dispositivos de jogos.

- **Geração Baby Boomer**: Indivíduos nascidos no período pós-Segunda Guerra Mundial, especificamente entre 1946 e 1964. O término do conflito resultou em uma expansão demográfica, marcando o surgimento da expressão “baby boomer”. Ainda que haja menor propensão ao engajamento com jogos eletrônicos por parte desta geração, muitos se adaptaram aos jogos digitais, sobretudo os que propõem uma dinâmica mais pausada e descomplicada, a exemplo de puzzles e jogos de estratégia. Uma parcela significativa dessa geração também se interessa por jogos que estimulam a atividade cognitiva, como Sudoku e palavras cruzadas (MANNHEIM, 2005)

- **Geração X**: A geração X compreende os indivíduos nascidos entre 1965 e 1980, período caracterizado por mudanças sociais e culturais substanciais, tais como o aumento das taxas de divórcio e da participação feminina no mercado de trabalho. Muitos membros desta geração são os primeiros pais “gamers”, tendo introduzido os videogames a seus filhos. Eles também são a geração que testemunhou a transição de jogos majoritariamente de arcade para jogos de console e computador, cultivando uma apreciação por uma ampla variedade de gêneros e estilos de jogos (STRAUSS; HOWE, 1991).

- **Geração Y (Millennials):** Essa geração é formada por pessoas nascidas entre 1981 e 1996. Sua formação ocorreu durante o boom da tecnologia e da internet, o que moldou significativamente seu comportamento e expectativas. Além de jogarem videogames, muitos millennials participam ativamente de comunidades de jogos online, seja jogando multiplayer, postando em fóruns ou assistindo a transmissões de jogos. Eles também são mais propensos a consumir mídia relacionada a jogos, como podcasts, vídeos do YouTube e streams ao vivo de jogos no Twitch (TWENGE, 2014).

- **Geração Z:** A Geração Z reúne os indivíduos nascidos entre 1997 e 2012. Eles cresceram em um mundo já totalmente imerso na era digital, caracterizando-se como verdadeiros nativos digitais. Além de jogos rápidos e casuais, a Geração Z também demonstra interesse em jogos competitivos online, os e-sports. Muitos jogadores dessa geração acompanham torneios de e-sports e torcem por equipes profissionais de jogos, da mesma forma que as gerações anteriores apoiavam equipes de esportes tradicionais (SEEMILLER; GRACE, 2016).

- **Geração Alpha:** Esta é a geração mais jovem, nascida a partir de 2013 e que continuará a nascer até o início da década de 2030. São os primeiros a nascer completamente no século XXI, marcados por uma relação intrínseca com a tecnologia, os dispositivos digitais e a internet desde tenra idade. Embora ainda seja precoce definir as preferências de jogos exatas dessa geração, é provável que elas estejam integradas com tecnologias emergentes como realidade virtual (VR), realidade aumentada (AR) e inteligência artificial (IA). Além disso, a ênfase na educação baseada em jogos provavelmente continuará, com jogos cada vez mais sofisticados sendo desenvolvidos para ensinar uma variedade de habilidades e conceitos (MCCRYSTAL, 2021).

Perfis e Diferenciais de Jogadores

Existem perfis que podem ser utilizados para classificar os jogadores games. Esses perfis representam uma caracterização das pessoas, identificando sua forma de pensar, agir e, principalmente, jogar. Dessa maneira, podemos definir os diferentes nichos de jogadores que podem ser direcionados para disputas, missões ou competições nos jogos. A persona é uma abordagem que nos aproxima do público-alvo, fornecendo uma descrição mais direcionada sobre o tipo de jogador que se interessará por determinado tipo de jogo. Os perfis de jogadores são os seguintes: predadores (killers), realizadores (achievers), exploradores (explorers) e socializadores (socializers).

- **predadores (killers)** - Jogadores com esse perfil entram na competição apenas motivados por derrotar os adversários.

- **realizadores (achievers)** - Esses jogadores apreciam a sensação constante de vitória, ainda que o objetivo a ser alcançado não seja tão significativo.

- **exploradores (explorers)** - O terceiro grupo é composto por interessados em desvendar todas as possibilidades e porquês do jogo.

- **socializadores (socializers)** - O quarto e último tipo dentre os mais significativos perfis de jogadores são os socializadores.

Cada Perfil tem uma forma pela qual o jogador desenvolve sua dinâmica e jogabilidade no game. O predador é o jogador mais competitivo, que busca criar uma estratégia de jogo "kamikaze", um estilo de jogo que visa vencer a qualquer custo, mesmo que signifique morrer na disputa do game. O realizador é um jogador mais focado na vitória e está mais empenhado em analisar os riscos e desafios da disputa para poder se orgulhar das conquistas. O perfil explorador é mais estratégico do que os anteriores, sempre calculando os riscos e pode-se dizer que ele só se arrisca quando a

situação é favorável. Por último, temos o perfil do socializador, que é voltado principalmente para o entretenimento. Seu objetivo é participar e fa amigos dentro do jogo, sendo a competição secundária. A seguir, há uma definição complementar de cada perfil de jogador. Esses perfis podem se sobrepor, ou seja, um mesmo jogador pode se encaixar em mais de uma classificação. Existem jogadores que podem ser classificados de várias formas diferentes.

Motivação x Competitividade

Para o jogador se manter horas dentro de um ambiente de jogo, é preciso proporcionar motivação e, principalmente, competitividade. Essas sensações trazem comprometimento, engajamento e foco, fazendo com que o jogador só se sinta confortável em sair do jogo após cumprir tudo que foi proposto para ele. O jogador precisa ser motivado pelo game, sendo inicialmente seduzido pela missão do jogo. Em seguida, ele é treinado por meio da dinâmica e mecânica de jogabilidade, as quais devem conter mecanismos de premiação e benefícios para manter o jogador motivado em todas as fases e no cumprimento de tarefas e rotinas. A competitividade, para ser o melhor, precisa ser apresentada ao jogador constantemente, desde a interface, mostrando sua pontuação e desempenho, até o ranking, no qual ele sempre busca uma posição melhor, procurando crescer em prol do jogo.

- **Motivação** – A motivação é feita sempre no ambiente do game, com a proposta de premiações, benefícios e ganhos em prol do jogador.

- **Competitividade** – A competitividade é apresentada através da estatística do game e rankeamento do jogo para demonstrar ao jogador o seu desempenho.

Competição, Treinamento, Consumo e Áreas Competitivas

O jogador passa por quatro etapas para criar um mecanismo de dinâm de jogo que o envolve no ambiente do jogo. Primeiramente, há a competição, que cria um envolvimento com a causa e estabelece uma conexão entre o jogador e o jogo. Isso gera uma sensação de engajamento. Em seguida, passa pelo treinamento para entender como jogar, sendo desafiado a evoluir dentro do jogo e buscar o crescimento na sua jogabilidade. Em seguida, ocorre a fase de consumo, em que o jogador deseja investir cada vez mais na competição dentro do jogo, dedicando mais tempo para aprimorar sua forma de jogar. Por fim, o jogador busca as áreas mais competitivas dentro do ambiente do jogo para se manter sempre motivado e envolvido com seu progresso no game.

- **Competição** – etapa de escolha e definição de engajamento.
- **Treinamento** – repetição e personalização da forma de jogar.
- **Consumo** – investimento de querer crescer dentro da disputa do jogo.
- **Áreas Competitivas** – procura as áreas mais interessantes para investir o seu tempo de jogar.

Conteúdo Bônus

Assista ao documentário “Além dos Games (2020)”. A produção discute a influência dos videogames na sociedade atual e a relação que muitos de nós temos com a prática, explorando tanto o lado de quem cresceu jogando, quanto dos pais preocupados com os filhos.



Referência Bibliográfica

BARBOSA, R. M. (Coord.). **Aprendo com jogos.** Autêntica: 2014.

FIALHO, N. N. J**ogos no ensino de química e biologia.** Intersaberes: 2013.

MANNHEIM, Karl. **O problema das gerações**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 13, n. 37, p. 7-22, 2005.

MCCRYSTAL, Stephen. **Geração Alfa: Marketing para a Geração iPad**. Kogan Page Publishers, 2021.

SCHOTTLER, B. **Jogos de movimento para a 3a idade**. Vozes: 2018.

SEEMILLER, Corey; GRACE, Meghan. **Geração Z vai para a universidade**. São Francisco, CA: Jossey-Bass, 2016.

STRAUSS, William; HOWE, Neil. **Gerações: A história do futuro da América, 1584 a 2069**. Nova Iorque: William Morrow and Company, 1991.

TWENGE, Jean M. **Geração Eu: Por que os jovens americanos de hoje são mais confiantes, assertivos, com direito - e mais miseráveis do que nunca**. Nova Iorque: Atria Books, 2014.

Ir para exercício